

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA SAWAH PEMATANG JOHAR MENGGUNAKAN SOAR

Helena Thatcher Pakpahan¹, Donny Ivan Samuel Simatupang², Siti Normi Sinurat³, Selsa Juita Nababan⁴

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Methodist Indonesia^{1,2,4}

Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Indonesia³

Email: helenapakpahan@yahoo.co.id, donnyivan83@gmail.com, sitinormisinurat@gmail.com, juitasellsa@gmail.com

Abstrak

Agrowisata sawah adalah objek wisata berupa konsep alam yang menggunakan lahan pertanian untuk memberikan pelajaran terkait sektor pertanian. Ketertarikan wisatawan pada objek wisata berupa konsep alam dan ramah lingkungan membuat agrowisata sawah menjadi wisata baru yang banyak diminati. Agrowisata sawah Desa Pematang Johar masih baru dibuka pada tahun 2020 dan sepanjang tahun 2021 mengalami fluktuasi jumlah kunjungan. Penelitian ini dilaksanakan untuk mendapatkan informasi tentang faktor internal dan eksternal yang memiliki pengaruh terhadap pembangunan agrowisata sawah Desa Pematang Johar dan memperoleh strategi pengembangan agrowisata sawah Desa Pematang Johar. Penentuan lokasi dilakukan secara *purposive* berdasarkan pertimbangan agrowisata sawah Desa Pematang Johar masih terbilang baru di Kecamatan Labuhan Deli dan mendapatkan antusias tinggi dari wisatawan. Metode pengolahan dan analisis data menggunakan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) dan matriks SOAR. Hasil penelitian yang didapat yaitu diperoleh diperoleh 13 faktor internal dan 14 faktor eksternal yang menghasilkan 14 alternatif strategi dalam pengembangan agrowisata sawah Desa Pematang Johar.

Kata Kunci: Agrowisata Pematang Johar, Strategi Pengembangan, Analisis SOAR.

Abstract

Rice field agrotourism is a tourist attraction in the form of a natural concept that uses land agriculture to provide lessons related to the agricultural sector, Tourist interest tourism objects in the form of natural and environmentally friendly concepts make rice field agro-tourism become a tourist bar that is in great demand. Rice field agrotourism in Pematang Johar Village is still just opened in 2020 and throughout 2021 there will be fluctuations in the number visit. This study purpose was obtained information about internal and external factors that can affect the development of rice field agrotourism in Pematang Johar Village and obtained a strategy for developing rice field agro-tourism

How to cite:	Pakpahan, Helena Thatcher (2022) Strategi Pengembangan Agrowisata Sawah Pematang Johar menggunakan Soar, <i>Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia</i> (7)12, http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i12.10836
E-ISSN:	2548-1398
Published by:	Ridwan Institute

in Pematang Johar Village. The location determination was done purposively based on the consideration of rice field agrotourism Pematang Johar Village is still relatively new in Labuhan Deli District and has high enthusiasm of tourists. Methods of processing and analyzing data used a matrix IFE (Internal Factor Evaluation), EFE (External Factor Evaluation) and SOAR. The results obtained 13 internal factors and 14 factors external which produces 14 alternative strategies in the development of rice field agro-tourism Pematang Johar Village.

Keywords: *Pematang Johar Agrotourism, Development Strategy, SOAR Analysis.*

Pendahuluan

Indonesia mengandalkan sektor pertanian dalam memenuhi kebutuhan pangan industri dalam negeri, peningkatan ekspor, peningkatan pendapatan petani serta dapat dimanfaatkan sebagai objek wisata (Rompas *et al*, 2015). Pariwisata menjadi salah satu sektor yang mempunyai peran penting sebagai penyumbang devisa negara yang cukup besar (Paputungan *et al*, 2017).

Pengembangan sektor pertanian menjadi salah satu tujuan wisata diketahui sebagai agrowisata mempunyai potensi yang prospektif. Agrowisata memberikan kesempatan kepada petani untuk mendayagunakan sumber daya yang ada guna mengoptimalkan kualitas kehidupan petani (Handayani, 2016).

Optimalisasi hasil pertanian harus dilaksanakan melalui pelaksanaan inovasi di bidang pertanian akan tetapi tetap mempertahankan kelestarian lingkungan. Oleh karena itu perlu usaha untuk memanfaatkan perkembangan teknologi di bidang pertanian. Bentuk upaya yang telah dan terus dilaksanakan adalah pelaksanaan program pertanian berkelanjutan terutama pada upaya peningkatan produksi padi (Simatupang *et al*, 2022).

Pariwisata saat ini kembali pada konsep gaya hidup alam (*back to nature*) dengan memanfaatkan berbagai sumber daya alam menjadi agrowisata karena dianggap sebagai tempat yang cocok untuk menyegarkan pikiran dari aktivitas manusia setiap harinya (Ramdani & Karyani, 2020).

Agrowisata merupakan salah satu bentuk atraksi wisata yang terus berkembang di Indonesia. Hal ini didorong oleh kenyataan bahwa Indonesia dikaruniai dengan berbagai macam sumber daya di bidang pertanian. Agrowisata dapat dimaknai sebagai suatu kegiatan agrobisnis yang mana para petani melayani topur kepada wisatawan terhadap usaha tani yang dilaksanakan. Melui agrowisata para wisatawan dpat mendapatkan pengalaman tentang cocok tanam, pemeliharaan tanaman, pemanenan, dan pengolahan hasil pertanian (Suparmin *et al*, 2020).

Agrowisata merupakan kegiatan wisata sekaligus menjadi pembelajaran bagi wisatawan untuk mengetahui proses produksi pada sektor pertanian dan sebagai tempat menikmati hidangan produk pertanian secara langsung (Swastika *et al*, 017).

Agrowisata merupakan perjalanan wisata ke suatu daerah yang tujuan utamanya adalah kegiatan pertanian misalnya memancing, berkebun, kehutanan, dan lain-lain. Pertumbuhan pariwisata di Indonesia berkembang pesat terbukti dengan banyaknya turis dari berbagai macam negara yang kedatangannya terus meningkat dari tahun ke tahun (Simatupang *et al*, 2021).

Agrowisata juga sebagai sarana promosi yang baik untuk menjual produk hasil pertanian unggulan. Agrowisata memungkinkan pengunjung untuk menikmati produk pertanian secara langsung di daerah pertanian. Selain itu, pengunjung dapat menikmati alam dengan berbagai macam keindahan dan keunikan yang belum dirasakan sebelumnya (Simatupang *et al*, 2022).

Agrowisata memberikan pelayanan untuk memenuhi keinginan konsumen untuk menikmati keindahan alam guna menyegarkan pikiran dan dimanfaatkan sebagai sarana promosi hasil pertanian untuk membuka peluang diversifikasi hasil pertanian (M. S. Handayani *et al.*, 2019). Agrowisata memberi kontribusi penting bagi pembangunan khususnya masyarakat pedesaan (Pioh, 2017).

Agrowisata sawah merupakan bentuk atraksi wisata yang digemari pengunjung dan memiliki potensi untuk diberdayakan (M. S. Handayani *et al.*, 2019). Objek wisata berupa konsep alam dan ramah lingkungan menimbulkan ketertarikan wisatawan dan menjadi indikasi tingginya permintaan akan agrowisata sawah sebagai wisata baru yang banyak diminati (Fauzan & Rahmadani, 2018).

Daerah yang sudah mengembangkan area persawahan menjadi agrowisata diantaranya Tegallang Rice Terrace di Bali, Desa Wisata Pentingsari di Yogyakarta, Desa Wisata Kemetul di Jawa Tengah, Desa Wisata Jatiluwih di Bali, Wisata Sawah Desa Pematang Johar di Sumatera Utara (Simatupang *et al*, 2021).

Agrowisata sawah Desa Pematang Johar merupakan wisata yang baru dibuka pada tahun 2020 yang menawarkan pemandangan alam khas pedesaan dengan berbagai fasilitas serta spot foto menarik. Kinerja manajemen agrowisata untuk menentukan sasaran pengunjung, menyediakan dan mengemas paket wisata yang menarik bagi wisatawan dan melakukan promosi yang tepat sesuai dengan kekuatan yang dimiliki merupakan faktor kunci yang menentukan tingkat keberhasilan untuk menarik pengunjung melakukan kunjungan ke lokasi agrowisata tersebut (Imaculata, 2017).

Agrowisata sawah Desa Pematang Johar belum sepenuhnya dipromosikan. Oleh karena itu masyarakat yang ada di luar wilayah belum banyak yang mengetahui keberadaan agrowisata tersebut. Hal ini menyebabkan jumlah kunjungan ke agrowisata belum optimal. Penelitian ini dilaksanakan untuk menentukan faktor internal dan eksternal yang berpengaruh pada pembangunan agrowisata sawah di Desa Pematang Johar.

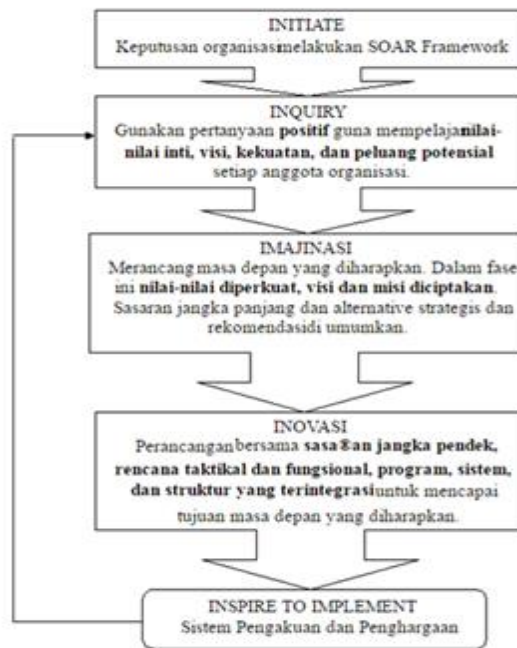
Metode Penelitian

Populasi penelitian adalah pengelola agrowisata sawah Desa Pematang Johar 1 (satu) orang, masyarakat setempat 40 (empat puluh) orang, wisatawan 65 (enam puluh lima) orang, pemerintah Desa Pematang Johar 1 (satu) orang dan pemerintah Dinas Pariwisata Kabupaten Deli Serdang 1 (satu) orang yang ditetapkan secara “*Purposive Sampling*” dengan pertimbangan tertentu. Data primer dikumpulkan melalui wawancara secara langsung oleh responden serta pengamatan secara langsung di lokasi penelitian. Data sekunder merupakan data pelengkap berupa laporan bulanan mengenai jumlah wisatawan yang diperoleh dari pihak pengelola agrowisata sawah Desa Pematang Johar.

Data yang sudah dikumpulkan dilakukan analisis dengan metode SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*). Melalui metode analisis ini didapatkan keterangan dan data tentang kekuatan, peluang, aspirasi dan hasil. Model yang diterapkan dalam penelitian ini adalah dengan cara menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan atau peluang (*Internal Factor Evaluation*) serta faktor aspirasi atau hasil (*External Factor Evaluation*) dan Matriks SOAR.

Perencanaan dalam proses tradisional SWOT meliputi kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman yang membuat seseorang secara inheren akan berfokus pada hal-hal negatif karena mengalokasikan setengah waktunya untuk poin positif dan setengah lainnya untuk poin negatif. Poin negatif tersebut dapat mengarah pada pengabaian kekuatan dan peluang (Khorasani et al., 2017). Melalui analisis SOAR didapatkan kekurangan dan ancaman yang dapat menimbulkan rasa negatif yang berpengaruh terhadap motivasi seseorang untuk berbuat yang terbaik (Fuadi, 2020).

SOAR merupakan penggabungan dari teknik SWOT dan *Appreciate Inquiry* (AI) yang berfokus langsung pada elemen-elemen positif sehingga dapat menutupi kelemahan dan ancaman (Khorasani et al., 2017). SOAR dilaksanakan dengan pendekatan 5-I yang dimulai dengan menginisiasi, mencari tahu, membayangkan, menginovasi dan menginspirasi (Rothwell et al, (2015) dalam (Suryadi, 2016).



Sumber: Stavros, 2015

Matrik SOAR akan menghasilkan empat alternative strategi yaitu SA, SR, OA dan OR. Strategi SA merupakan strategi yang dilaksanakan melalui pemanfaatan semua kekuatan untuk mendapatkan aspirasi yang diinginkan. Strategi SR merupakan suatu strategi yang dilaksanakan melalui penerapan kekuatan untuk mencapai hasil yang diharapkan. Strategi OA merupakan strategi yang dilaksanakan dengan menentukan dan memenuhi aspirasi pemangku kepentingan yang didasarkan pada peluang yang ada. Strategi OR merupakan strategi yang didasarkan pada peluang untuk mendapatkan hasil yang terukur (Ramadhanti & Pradana, 2020).

Hasil dan Pembahasan

A. Identifikasi Faktor Internal Pengembangan agrowisata sawah Desa Pematang Johar

Kinerja agrowisata dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung sehingga meningkatkan minat pengunjung. Kinerja agrowisata dapat dilihat dari urutan prioritas item kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan (Simatupang *et al*, 2021).

Berdasarkan hasil analisis SOAR diperoleh 13 faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan peluang yang memiliki pengaruh pada pembangunan agrowisata sawah di Desa Pematang Johar. Deskripsi berikut memberikan narasi tentang kekuatan dan peluang agrowisata sawah di Desa Pematang Johar.

B. Kekuatan

Ada 8 indikator yang merupakan kekuatan guna mengembangkan agrowisata sawah Desa Pematang Johar yaitu panorama agrowisata, harga tiket, fasilitas yang ditawarkan, keamanan, akses jalan, modal usaha, kebersihan dan pelayanan yang sudah baik kepada wisatawan.

1. Panorama agrowisata yang indah

Data hasil kuesioner yang ditujukan kepada pengunjung dan masyarakat menunjukkan bahwa 56% wisatawan setuju bahwa agrowisata sawah Desa Pematang Johar memiliki panorama yang indah. Terdapat fasilitas saung, spot foto dan danau buatan yang menambah keindahan lokasi wisata tersebut.

2. Akses jalan

Kondisi aspal yang mulus mempermudah kendaraan dalam berkendara menuju agrowisata sawah Desa Pematang Johar. Lokasi agrowisata terletak di antara pemukiman warga Desa Pematang Johar dan Martubung yang ramai penduduknya sehingga mudah ditemukan melalui aplikasi *google map*.

3. Harga Tiket Masuk yang Terjangkau

Harga tiket masuk ke agrowisata sawah Desa Pematang Johar sebesar Rp.5000/orang. Harga ini termasuk dalam kriteria terjangkau sehingga masyarakat dari berbagai kalangan masih dapat memenuhi besarnya biaya tersebut.

4. Fasilitas yang Memadai

Agrowisata sawah Desa Pematang Johar menawarkan fasilitas yang cukup memadai diantaranya toilet yang sangat dijaga kebersihannya, area parkir yang luas, mushola sebagai tempat ibadah, kantin, tempat sampah di beberapa area dan atribut sanitasi pandemi Covid-19 berupa keran cuci tangan, sabun dan *hand sanitizer*.

5. Keamanan Lokasi

Setiap warga Desa Pematang Johar wajib menjaga keamanan dan kenyamanan sekitar lokasi agrowisata. Bentuk keamanan yang dilakukan adalah dengan tersedianya area parkir yang mana petugas yang berjaga dalam keamanan kendaraan merupakan warga Desa Pematang Johar itu sendiri.

6. Modal awal tersedia

Selain melalui dana desa, modal usaha untuk membangun agrowisata sawah Desa Pematang Johar diperoleh dari dana hibah mitra yang bekerjasama dengan PT. KIM melalui dana CSR-nya.

7. Kebersihan

Tempat sampah disediakan di beberapa area sehingga jarang terlihat sampah berserakan. Pihak pengelola membuat jadwal kepada karyawan untuk membakar sampah dan membersihkan lingkungan.

8. Pelayanan yang sudah baik

Hal ini diakui pengunjung dan masyarakat mengenai ke ramah-tamahan karyawan dalam bekerja, staf kasir yang cepat dalam melayani pembayaran dan

karyawan yang tanggap terhadap keluhan wisatawan. Pelayanan dalam bentuk atribut yang ditawarkan berupa fasilitas ibadah, area parkir dan toilet.

C. Peluang

Selain memiliki berbagai kekuatan, agrowisata sawah Desa Pematang Johar juga memiliki beberapa peluang yang bisa dimanfaatkan, seperti selera wisatawan terhadap wisata bernuansa pedesaan, dukungan yang penuh dari penduduk, meningkatnya jumlah wisatawan saat hari libur, banyaknya pengguna media sosial dan kerjasama mitra.

1. Selera konsumen terhadap wisata bernuansa pedesaan

Selera wisatawan terhadap wisata bernuansa pedesaan semakin meningkat khususnya bagi generasi milenial yang saat ini gencar mencari spot foto yang *aesthetic* dan *instagramable*. Agrowisata sawah Desa Pematang Johar menawarkan pemandangan alam yang masih asri khas pedesaan dengan hamparan sawah yang dimiliki dan *furniture* yang terbuat dari bamboo.

2. Penduduk Desa Pematang Johar mendukung agrowisata sawah Desa Pematang Johar

Hasil wawancara kepada penduduk Desa Pematang Johar menunjukkan bahwa agrowisata sawah Desa Pematang Johar mendapat dukungan penuh karena dapat membantu beberapa kepentingan masyarakat seperti bantuan sembako kepada masyarakat yang membutuhkan, biaya berobat dan santun anak yatim.

3. Meningkatnya jumlah wisatawan saat hari libur

Agrowisata sawah Desa Pematang Johar mengalami kenaikan jumlah pengunjung pada saat akhir pekan dari berbagai kalangan usia dan daerah. Hal ini menjadi kesempatan bagi agrowisata maupun pengusaha yang ada didalamnya untuk meningkatkan pendapatan.

4. Banyaknya pengguna media sosial

Di Indonesia, pengguna media sosial semakin banyak dari waktu ke waktu. Pengguna media sosial terus mengikuti perkembangan teknologi terutama pada jaringan internet. Hal ini dapat menjadi salah satu alat bagi agrowisata dalam mempromosikan wisatanya melalui media sosial.

5. Kerjasama dengan mitra lain

Selain menjalin kerjasama dengan PT. KIM, agrowisata sawah Desa Pematang Johar juga sudah menjadi bagian dari destinasi wisata di Kabupaten Deli Serdang. Saat ini agrowisata sawah Desa Pematang Johar juga sudah bekerjasama dengan Bank Sumut dan diharapkan kedepannya dapat bekerjasama dengan bank lain maupun pemerintah dari sektor lain.

D. Identifikasi Faktor Eksternal Pengembangan agrowisata sawah Desa Pematang Johar

Aspirasi dan hasil adalah indikator yang dapat berpengaruh pada pembangunan agrowisata sawah Desa Pematang Johar. Disamping kekuatan, peluang yang muncul harus digunakan untuk memberikan dukungan untuk mengembangkan agrowisata oleh para pemangku kepentingan terkait.

E. Aspirasi

1. Penambahan fasilitas
2. Promosi yang aktif terutama pada media sosial
3. Promo potongan harga atau voucher tiket masuk
4. Meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan
5. Meningkatkan pendapatan usaha masyarakat Desa Pematang Johar
6. Menjadi salah satu tujuan wisata budaya
7. Memperkenalkan agrowisata lebih luas

Anggota harus diberikan inspirasi melalui guna tercapainya hasil terbaik yang terukur. Perumusan strategi pengembangan agrowisata sawah Desa Pematang Johar dengan menggunakan analisis SOAR sebagai berikut:

Tabel 1.
Matriks SOAR Pengembangan Agrowisata Sawah Desa Pematang Johar

IFE	Strength (S)	Opportunities (O)
EFE	1. Panorama agrowisata	1. Selera wisatawan terhadap wisata bernuansa pedesaan
	2. Harga tiket	2. Penduduk Desa Pematang Johar mendukung agrowisata sawah
	3. Fasilitas	3. Meningkatnya jumlah wisatawan saat hari libur
	4. Keamanan	4. Banyaknya pengguna sosial media
	5. Akses jalan	5. Kerjasama mitra
	6. Modal usaha	
	7. Kebersihan	
	8. Pelayanan kepada wisatawan sudah baik	
Aspirations (A)	SA	OA
1. Penambahan fasilitas	1. Penambahan fasilitas (S3 – A4).	1. Mengadakan pelayanan saat akhir pekan dengan menawarkan paket wisata dan adanya kupon minuman (O3 – A3, A5).
2. Promosi yang aktif terutama pada sosial media	2. Edukasi pelayanan yang ramah tamah dan beretika dan edukasi varian produk kepada karyawan dan masyarakat (S8 – A4, A5).	2. Memaksimalkan penggunaan media sosial dalam memasarkan dan memperkenalkan agrowisata sawah Desa Pematang Johar (O4 – A2, A4, A7).
3. Promo potongan harga atau voucher	3. Harga tiket yang stabil dan voucher berdasarkan kunjungan (S2 – A3, A4)	3. Membuka kesempatan kepada pelajar PKL dan menghadiri acara yang menyangkut pengembangan agrowisata (O5 – A7).
4. Meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan	4. Inovasi sektor lain seperti festival dan wisata kuliner tradisional (S3 – A5, A6, A7).	
5. Meningkatkan pendapatan usaha masyarakat sekitar agrowisata		
6. Menjadi tujuan wisata budaya		
7. Memperkenalkan agrowisata lebih luas		
Result (R)	SR	OR

IFE	Strength (S)	Opportunities (O)
EFE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Panorama agrowisata 2. Harga tiket 3. Fasilitas 4. Keamanan 5. Akses jalan 6. Modal usaha 7. Kebersihan 8. Pelayanan kepada wisatawan sudah baik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selera wisatawan terhadap wisata bernuansa pedesaan 2. Penduduk Desa Pematang Johar mendukung agrowisata sawah 3. Meningkatnya jumlah wisatawan saat hari libur 4. Banyaknya pengguna sosial media 5. Kerjasama mitra
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hubungan yang baik dengan masyarakat dan mitra 2. Menambahkan fasilitas hiburan 3. Menarik pengunjung dengan adanya desain tempat yang mengikuti tren 4. Meningkatkan target pasar dengan mencakup semua kalangan 5. Pengembangan wisata berbasis budaya 6. Pemanfaatan bakat dan kemampuan masyarakat untuk kegiatan dan acara yang di adakan (festival) 7. Terpenuhinya kebutuhan pengunjung 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah sarana hiburan seperti <i>waterboom</i> dan <i>live music</i> untuk melengkapi wisata (S3 – R2, R7). 2. Penambahan fasilitas unik seperti kuliner diatas danau buatan dan tempat foto untuk pre wedding (S3, S8 – R3) 3. Memanfaatkan modal usaha dari mitra kerjasama untuk pembangunan saung, perbaikan jembatan dan penambahan fasilitas (S6 – R1).

Sumber: Diolah dari data primer, 2022

Hasil analisis dengan menerapkan matrik SOAR didapat 4 strategi yang dapat dilaksanakan. Strategi tersebut antara lain:

F. Strategi SA

Penambahan fasilitas umum (wifi), tempat sampah organik dan non organik, penambahan saung/pondok, peningkatan spot foto yang *aesthetic*, memanfaatkan lahan yang dalam sebagai kolam pancing, menambah sarana permainan anak, membentuk jalanan sawah khususnya untuk rute sepeda keliling.

Edukasi pelayanan yang ramah tamah dan beretika kepada setiap karyawan, edukasi varian produk kepada masyarakat dan edukasi bagaimana petani dapat menunjukkan cara bercocok tanam padi hingga panen kepada pengunjung.

Harga tiket masuk yang tetap stabil bahkan ketika akhir pekan, adanya potongan harga makanan dan voucher tiket masuk kepada pengunjung yang sudah melakukan kunjungan sebanyak tiga kali. Inovasi melalui sektor lain khususnya pada saat masa panen dengan mengadakan festival layanngan, festival burung, lomba memancing ikan, mengukir batik dengan tema padi sawah dan wisata kuliner tradisional.

G. Strategi OA

Mengadakan pelayanan agrowisata pada akhir pekan dengan menawarkan paket wisata sepeda keliling. Memaksimalkan penggunaan media sosial yang kreatif dalam memasarkan dan memperkenalkan agrowisata. Membuka kesempatan kepada pelajar yang ingin melakukan praktek kerja lapangan serta menghadiri acara yang menyangkut pengembangan agrowisata.

H. Strategi SR

Menambah sarana hiburan (*waterboom* dan *live music*), penambahan fasilitas unik yang tidak dimiliki agrowisata lain berupa hidangan kuliner di atas danau buatan dan adanya jajanan kuliner di atas perahu. Memanfaatkan modal usaha dengan sebaik-baiknya dalam hal pengembangan agrowisata seperti perbaikan jembatan dan penambahan fasilitas.

I. Strategi OR

Mengadakan sewa camping ground kepada pengunjung yang ingin bermalam dan merasakan suasana tinggal di pedesaan. Edukasi kepada masyarakat mengenai usaha yang inovatif berupa penjualan souvenir, kuliner tradisional dan penjualan produk pertanian. Seleksi terhadap masyarakat yang mempunyai bakat dan kemampuan menyanyi maupun menari untuk melengkapi kegiatan yang diadakan agrowisata setiap akhir pekan. Promosi di setiap media sosial yang sering digunakan berbagai kalangan usia seperti *Instagram*, *Facebook*, *Youtube* dan *Tik Tok*.

Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat melalui hasil penelitian yaitu faktor internal yang menjadi kekuatan dalam pengembangan agrowisata sawah Desa Pematang Johar adalah panorama agrowisata yang indah, akses jalan yang baik, harga tiket masuk yang terjangkau, fasilitas yang ditawarkan memadai, keamanan lokasi agrowisata baik, modal usaha tersedia,

kebersihan lokasi agrowisata terjaga dengan baik dan pelayanan yang diberikan kepada wisatawan sudah baik. Faktor peluang yang teridentifikasi yaitu besarnya selera konsumen terhadap wisata bernuansa pedesaan, meningkatnya jumlah wisatawan saat hari libur, dukungan penuh dari penduduk desa, banyaknya pengguna media sosial dan kerjasama dengan mitra lain. Faktor peluang yang teridentifikasi yaitu penambahan fasilitas, promosi yang aktif terutama pada sosial media, promo potongan harga atau voucher tiket masuk, meningkatkan jumlah kunjungan, meningkatkan pendapatan penduduk Desa, menjadi salah satu tujuan wisata budaya dan memperkenalkan agrowisata lebih luas. Faktor hasil dalam pengembangan agowisata sawah Desa Pematang Johar yaitu memiliki hubungan yang baik dengan masyarakat dan mitra, menambah fasilitas hiburan, menarik pengunjung dengan adanya desain tempat yang mengikuti tren, meningkatkan target pasar yang mencakup semua kalangan, pengembangan wisata berbasis budaya, pemanfaatan bakat masyarakat dan terpenuhinya kebutuhan pengunjung. Strategi yang sesuai untuk pengembangan agrowisata sawah Desa Pematang Johar adalah strategi SA (*strengths aspirations*), yaitu menambah fasilitas umum, penambahan saung, spot foto, kolam pancing, edukasi pelayanan, edukasi bercocok tanam padi, harga tiket stabil dan pengadaan festival. Strategi OA (*opportunities aspirations*), yaitu mengadakan paket wisata, memaksimalkan penggunaan media sosial dan membuka kesempatan bagi pelajar yang ingin melakukan praktek kerja lapangan. Strategi SR (*strengths results*), yaitu menambah sarana hiburan, menambah fasilitas unik serta perbaikan jembatan melalui modal usaha. Strategi OR (*opportunities results*), yaitu mengadakan *camping ground*, edukasi masyarakat produk yang inovatif, dan seleksi masyarakat yang mempunyai bakat dan kemampuan dalam bernyanyi maupun menari.

BIBLIOGRAFI

- Fauzan, R., & Rahmadani, S. (2018). Strategi Pengembangan Agrowisata Dengan Menggunakan Blue Ocean Strategy Model . Studi Kasus Perkebunan Kopi Green Sago Kabupaten 50 Kota. *Jurnal Ekonomi*, 21(1), 21–33.
- Fuadi, A. (2020). Analisis Strategi SOAR Balai Diklat Aparatur Kementerian Kelautan dan Perikanan Menuju Corporate University. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 7(1), 35.
- Handayani, M. S., Jamhari, Waluyati, L. R., & Mulyo, J. H. (2019). Contribution of Wetland Rice Agro Tourism to Household Income at Various Categories of Tourism Villages. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 5(1).
- Handayani, S. M. (2016). Agrowisata Berbasis Usahatani Padi Sawah Tradisional Sebagai Edukasi Pertanian (Studi Kasus Desa Wisata Pentingsari). *Habitat*, 27(3), 133–138.
- Imaculata, F. (2017). Pengembangan Agrowisata Padi Sawah Berbasis Pertanian Berkelanjutan di Kecamatan Maurole. *Agrica*, 10(2), 62–74.
- Khorasani, M., Hatami, L., & Kiakojoori, D. (2017). Strategic Planning of Rural Tourism Development Using SOAR Model: A Case Study of Kandovan Village. *Journal of Sustainable Rural Development*, 1(2), 171–188.
- Paputungan, H. F., Tamod, Z. E., & Pioh, D. D. (2017). Strategi Pengelolaan Agrowisata Kebun Kopi Di Desa Purworejo Timur, Kabupaten Bolaang Mongondow Timur. *Agri-Sosioekonomi*, 13(3), 77.
- Pioh, D. D. (2017). *Hardiana Fujiadisti Paputungan*. 13(November), 77–86.
- Ramadhanti, A., & Pradana, B. I. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Pada Thrift ' S Trove. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(1), 1–10.
- Ramdani, Z., & Karyani, T. (2020). Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Agrowisata Dan Dampaknya Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat. *Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(2), 675–689.
- Rompas, J., Engka, D., & Tolosang, K. (2015). Potensi Sektor Pertanian dan Pengaruhnya Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(04), 124–136.
- Simatupang, D. I., Pakpahan, H. T., & Chrismash, D. (2021). Visitors' Perceptions of Service Quality In Taman Eden 100 Agro-Tourism. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(6), 1961–1969.

Simatupang, D.I.S., Pakpahan, H. T., & Nazara, D. C. B. (2022). *Sikap Petani terhadap Adopsi Inovasi Sistem Tanam Jajar Legowo*. 9(2), 131–145.

Simatupang, Donny Ivan Samuel, Pakpahan, H. T., & Chrismash, D. (2021). Visitors' Perceptions of Service Quality In Taman Eden 100 Agro-Tourism. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(6), 1961–1969.

Simatupang, J. P., Pakpahan, H. T., & Panataria, L. R. (2022). *Strategi Pengembangan Agrowisata Jeruk Petik Sendiri di Kecamatan Merek Kabupaten Karo*. 9(1), 65–74.

Suparmin, A., Wicaksono, I. A., & Widiyantono, D. (2020). Strategi Pengembangan Potensi Agrowisata Desa Nampurejo Kecamatan Purwodadi Kabupaten Purworejo. *Surya Agritama*, 9(September), 204–214.

Suryadi, S. (2016). *Penerapan Analisis SOAR Dalam Strategi Pengembangan Bisnis Clothing Line Parasite Cloth*. 1–9.

Swastika, I. P. D., Sri Budhi, M. K., & Urmila Dewi, M. H. (2017). Analisis Pengembangan Agrowisata Untuk Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Petang, Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12, 4103.

Copyright holder:

Helena Thatcher Pakpahan, Donny Ivan Samuel Simatupang, Siti Normi Sinurat, Selsa Juita Nababan (2022)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

